

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENERBANGAN BATIK AIR PADA PT. LION GROUP DI BANDARA SULTAN SYARIF KHASIM II PEKANBARU

Jeli Nata Liyas

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi STIE RIAU

jaznatan@yahoo.co.id

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Sultan Syarif Khasim II Airport Pekanbaru. Using a sample of 100 people. In this study the authors use descriptive and quantitative research methods using SPSS method. From the result of research, the value of t_{hitung} variable of service quality is 20,764 and t_{table} value is 1,660, so $t_{hitung} > t_{table}$ ($20,764 > 1,660$) and significant value $0,000 < 0,05$, so it can be concluded that service quality variable positively and significant customer satisfaction. The value of R square = 0,815 means 81,5% influence of independent variable (Service Quality) to dependent variable (Customer Satisfaction) equal to 81,5% and while remaining 18,5% influenced by other variable not examined. Finally from this study can be concluded that customer satisfaction has a positive and significant impact on customer satisfaction, so it is advisable to Air Batik airline to be able to maintain and continue to improve the quality of service.

Keywords: *Service Quality, and Customer Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Bandara Sultan Syarif Khasim II Pekanbaru. Menggunakan sampel sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan kuantitatif menggunakan metode SPSS. Dari hasil penelitian, nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan adalah 20,764 dan nilai t_{tabel} adalah 1,660, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($20,764 > 1,660$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai R square = 0,815 berarti 81,5% pengaruh variabel independen (Kualitas Layanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) sebesar 81,5% dan sementara sisanya 18,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Akhirnya dari ini Penelitian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga disarankan kepada maskapai Air Batik untuk dapat mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas layanan.

Kata kunci: *Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Efek multiplier yang ditimbulkan bisnis penerbangan akhir-akhir ini cukup tinggi karena merangsang tumbuhnya industri jasa seperti hotel, catering dan lain-lain. Sehingga tenaga kerja yang di butuhkan akan semakin bertambah dengan tumbuhnya perusahaan penunjang, sehingga perputaran roda ekonomi semakin cepat. Batik Air adalah perusahaan jasa penerbangan yang masih belia (baru) di sini Batik Air konsentari dengan target penumpang kalangan menengah ke atas. Dimana terdapat 2 kelas pada setiap penerbangan, yaitu kelas Bisnis dan ekonomi.

Dalam hal ini Batik Air menggunakan 2 tipe pesawat yaitu pesawat bertipe Airbus 320 dengan jumlah penumpang 12 bisnis dan 148 ekonomi dan Boeing 737-800 dengan jumlah penumpang 12 bisnis dan 160 ekonomi, keadaan di dalam pesawat sama, hanya bedanya ukuran pesawat saja. Di sini batik air memberikan pelayanan yang sangat maksimal dari awal checkin sampai duduk di pesawat. Pada awal checkin penumpang sudah disuguhkan dengan keramah tamahan dan petugas checkin dan disambut oleh ambassador batik yang tidak kalah cantik dan gantengnya dengan pramugari dan pramugara, di dalam pesawat kita juga disuguhkan dengan keramahtamahan pramugari dan

pramugara. Batik air juga memberikan fasilitas menonton di dalam pesawat yang di setiap kursi disediakan LED untuk menonton, penumpangnya jangan pernah kuatir kelaparan ketika di pesawat karena Batik Air memberikan layanan makanan di atas pesawat.

Awal pertama batik air terbang membuka promo upgrade dari ekonomi ke bisnis hanya tambah 300.000 ribu. Dan fasilitas launge untuk penumpang yang menggunakan kelas bisnis dari sini terbukti bahwa Batik Air sedang memperkenalkan bahwa Batik Air, pesawat yang bernaungan di bawah perusahaan Lion Group ini membuka penerbangan untuk Bisnis class.

Dan tidak itu saja, tahun pertama Batik Air masuk kedunia perbangan on time performance mencapai 88,59% dimana Batik Air menjelaskan bahwa pesawatnya layak di mata masyarakat, dan menunjukkan bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan di utamakan. Karena dalam sebuah penerbangan ketepatan waktu sangat dibutuhkan untuk dapat membuat pelanggan puas.

Untuk lebih jelasnya berikut ini akan disajikan data jumlah on time performance batik selama 3 tahun. Terhitung 2013 s/d tahun 2015 yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 1. Tabel Data On Time Performance Maskapai Yang Memiliki Persentase Tertinggi Tahun 2013-2016

NO	TAHUN	BATIK AIR	MASKAPAI		JUMLAH PENERBANGAN		
			NAM AIR	GARUDA INDONESIA	BATIK AIR	NAM AIR	GARUDA INDONESIA
1	2013	88,59%	-	84,05%	5.344	-	168.374
2	2014	90,78%	92,92%	88,52%	13.535	3.477	164.623
3	2015	91,21%	90,61%	85,82%	25.617	8.248	77.955
4	2016	94,81%	91,13%	89,91%	25.617	8.248	77.955

Sumber : Dekrorat Jendral Penerbangan Udara 2016

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa on time performance Batik Air berada pada tingkatan pertama di mana dari tahun 2013-2015 Batik Air menduduki peringkat pertama di on time performance, pada tahun 2013 Batik Air mendapat persentasi 88,59% dari jumlah penerbangan 5.344, Garuda Indonesia menduduki peringkat kedua dengan persentasi on time performance 84,05% dengan jumlah penerbangan 168.374, pada tahun 2014 Batik Air masih bertahan dengan posisinya dengan nilai persentasi on time performance 90,78%, kali ini di peringkat kedua diduduki Nam Air anak usaha dari Sriwijaya Air dengan jumlah persentasi 90,61% dengan jumlah penumpang 3.477, dan peringkat ketiga ada Garuda Indonesia dengan persentasi 85,82% dengan jumlah penerbangan 164.623. Pada tahun 2015 posisi pertama masih diduduki oleh

maskapai anak usaha dari Lion Group dengan jumlah persentasi on time performance 91,21% dengan jumlah penerbangan 25.617, sedangkan posisi kedua masih diduduki oleh Nam Air dengan persentasi 90,61% dengan jumlah penerbangan 8.248, sedangkan untuk Garuda jumlah persentasi 85,82% dengan jumlah penerbangan 77.955. Pada tahun 2016 jumlah persentasi dari semua maskapai mencapai 99,13% peringkat pertama masih diduduki oleh Lion Group yaitu maskapai Batik Air dengan jumlah persentasi 94,81% dengan jumlah penerbangan 25.617, no urut kedua diduduki oleh maskapai Nam Air dengan jumlah persentasi 91,13% dengan jumlah penerbangan 8.248, dan no urut ketiga diduduki oleh Garuda Indonesia dengan jumlah persentasi 89,91% dengan jumlah penerbangan 77.955.

Tabel 2. Layanan Kepuasan Pelanggan Yang Diberikan Batik Air

FASILITAS	BISNIS	EKONOMI
Free Lounge	YA	TIDAK
Free bagasi	30 Kg	20 Kg
Bagasi Keluar Pertama	YA	TIDAK
Luas kursi 45" pitch	YA	TIDAK
Makanan di atas pesawat	YA	YA
Film yang disediakan di atas pesawat	YA	YA

Sumber PT. Lion Group 2013

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan antara pelayanan penumpang bisnis class dan ekonomi, untuk penumpang yang membeli tiket bisnis class mendapat free lounge sedangkan ekonomi tidak, untuk class bisnis mendapat free bagasi 30 kg sedangkan ekonomi mendapat free bagasi 20 kg, bagasi penumpang bisnis keluar pertama sehingga tidak perlu menunggu

sedangkan penumpang ekonomi harus menunggu bagasi di tempat pengambilan bagasi, jarak antara kursi satu dengan yang lainnya lebih luas class bisnis dibanding dengan class ekonomi, untuk kelas bisnis dan ekonomi semuanya mendapatkan makanan di atas pesawat, dan di setiap kursi bisnis maupun ekonomi terdapat film yang dapat diputar di saat pesawat mengudara.

Tabel 3. Jumlah Penumpang Maskapai Batik Air Di Bandara SSK 2 Pekanbaru Tahun 2013 S/D 2016

TAHUN	BISNIS	EKONOMI	TOTAL	PERSENTASE
2013	3180	59370	90450	-
2014	6480	121200	127680	37,2%
2015	10560	143120	153680	26,0%
2016	14400	205200	219600	65,9%

Sumber : PT. Lion Group Pekanbaru 2017

Berdasarkan data di atas jumlah penumpang bisnis tahun 2013 sebanyak 3180 dan ekonomi sebanyak 59370 dengan total 90450 jumlah persentasenya belum ada karena ini menjadi awal tahun berdirinya Batik Air di Pekanbaru, tahun 2014 penumpang bisnis 6480, ekonomi 121200 dengan total 127680 dan persentasenya

adalah 37,2%, tahun 2015 penumpang bisnis 10560 ekonomi 143120 dengan total 153680 dan jumlah persentasenya adalah 26,0%, tahun 2016 penumpang ekonomi sebanyak 14400 penumpang ekonomi sebanyak 205200 dengan total 219600 dan jumlah persentasenya adalah 65,9%.

Tabel 4. Jumlah Keluhan Pelanggan Penumpang Batik Air Di Sultan Syarif Khasim II Pekanbaru

NO	TAHUN	JUMLAH KELUHAN	JENIS KELUHAN
1.	2013	0	TIDAK ADA
2.	2014	3	<ul style="list-style-type: none"> • Terlalu cepat boarding, terkadang tidak sesuai dengan scedjul yang tertera pada boarding pass, sehingga membuat penumpang terburu-buru. • Petugas kurang ramah. • Pintu gate yang tidak menentu
3.	2015	4	<ul style="list-style-type: none"> • Kekurangan meal. • Tidak memakai garbarata, atau tangga manual. • Penumpang bisnis tidak didampingi ambassador. • Tidak ada prioritas untuk penumpang yang menggunakan member Batik Air.
4.	2016	5	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan bisnis tidak dapat menggunakan lounge, Batik Air tidak ada kerjasama dengan lounge Bandara Pekanbaru • Mobil bisnis tidak wangi. • Karpas mobil bisnis tidak bersih. • Tidak adanya countre checkin khusus untuk penumpang bisnis. • Pintu gate tidak menentu.

Sumber : Batik Air PKU 2017

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2013 Batik Air tidak memiliki keluhan, pada tahun 2014 jumlah pelanggan yang mengeluh ada 3 orang, ada 2 jenis keluhannya yaitu boarding terlalu cepat tidak sesuai dengan jadwal yang tertera pada boarding pass sehingga membuat penumpang terburu-buru. Keluhan dan petugas yang kurang ramah. Pada tahun 2015 jumlah pelanggan yang mengeluh ada 5 orang, ada 3 jenis keluhan yaitu kekurangan meal, tidak

memakai garbarata, atau tangga manual dan penumpang bisnis tidak didampingi Ambassador. Pada tahun 2016 terdapat 4 pelanggan, ada 3 jenis keluhan yaitu pelanggan bisnis tidak dapat menggunakan lounge, Batik Air tidak ada kerjasama dengan lounge Bandara Pekanbaru, Mobil bisnis tidak wangi, karpet mobil bisnis tidak wangi dan tidak adanya countre checkin khusus untuk penumpang bisnis.

Tabel 5. Target Penjualan Yang Harus Dicapai Oleh PT. Batik Air Di Bandar Udara SSK di Pekanbaru Tahun 2013 S/D 2016

Tahun	Target Penjualan	Realisasi	Persentasi
2013	55000	90450	1,644%
2014	100.000	127680	1,276%
2015	140.000	153680	1,097%
2016	180.000	219600	1,22%

Sumber : PT. Lion Group Pekanbaru 2017

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2013 target penjualan sebesar 55.000 terealisasi 90450 dengan persentasi 1,644%, pada tahun 2014 target penjualan 100.000 terealisasi 127680 dengan persentasi 1,276%, tahun 2015 target penjualan 140.000 terealisasi 153680 dengan persentasi 1,097%, pada tahun 2016 target penjualan 180.000 terealisasi 219600 dengan persentasi 1,22%.

Dari uraian di atas, penulis ingin membahas lebih jauh tentang kualitas pelayanan dengan memilih judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan Batik Air pada PT. Lion Group di Bandara Sultan Syarif Khasim II Pekanbaru”.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang Batik Air tahun 2016 dengan jumlah 219600. Beberapa rumus untuk menentukan jumlah sampel antara lain:

Rumus Slovin (dalam Riduwan, 2005:65)

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

n = sampel; N = populasi; d = nilai presisi 90% atau sig. = 0,1.

Jumlah populasi adalah 219600, dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah: $N = 219600 / 219600 (0,1)^2 + 1 = 100$ orang (dibulatkan).

Dalam penulisan ini, metode pengumpulan data yang penulis tempuh adalah kuesioner dan wawancara. Metode Analisis Data dengan Model persamaan Regresi Linier Sederhana adalah seperti berikut ini :

$$Y = a + bX$$

Dimana: Y: Variabel Response atau Variabel Akibat (Dependent)

X: Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab (Independent)

a: Konstanta

b: Koefisien regresi (kemiringan), besaran Response yang ditimbulkan oleh prediktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah

hubungan secara linier antara satu variabel independent (x) dengan variabel dependent (y)

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	3.656	1.499		2.439 .017
	Kualitas pelayanan	.534	.026	.903	20.764 .000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Data olahan Tahun 2017

Berdasarkan pengolahan data pada tabel di atas dapat dirumuskan model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = 3.656 + 0,534$$

Analisisnya :

1. Nilai konstanta () bernilai 3.656 artinya jika variabel kualitas pelayanan = 0, maka kepuasan pelanggan (y) sebesar 3.656
2. Nilai koefisien regresi (b) dari variabel kualitas pelayanan sebesar (0,534), artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan

sebanyak 1%, maka kepuasan pelanggan akan meningkat 0,534

Uji Hipotesis

a. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai (r^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variasi dependen amat terbatas.

Tabel 7. Hasil Uji R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.903 ^a	.815	.813	2.96298

Sumber : Data Olahan Tahun 2017

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa : nilai R = 0,903 berarti hubungan antara variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) sebesar 90,3% artinya

hubungannya sangat erat. Nilai R square = 0,815 berarti 81,5%. Pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) sebesar 81,5% dan sedangkan sisanya

sebesar 18,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen (kualitas pelayanan) secara

persial terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Cara menggunakan tabel statistik pada signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$. Dengan n adalah jumlah sampel yang digunakan 98. Dan $df = 98$. Sehingga hasil yang diperoleh untuk t tabel sebesar : 1,660 (*t tabel statistics*).

Tabel 8. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.656	1.499		2.439	.017
	Kualitas pelayanan	.534	.026	.903	20.764	.000

Sumber : Sumber Data Tahun 2017

Nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan adalah 20,764 dan nilai t_{tabel} adalah 1,660 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($20.764 > 1,660$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis pada uraian bab-bab sebelumnya, mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bandar Udara Sultan Syarif Khasim II Pekanbaru, maka berikut ini penulis dapat mengambil simpulan :

a. Kualitas Pelayanan pada maskapai Batik Air termasuk dalam kategori “Setuju”. Sesuai dengan tabel 5.23, dengan jumlah frekuensi jawaban 1500 dan rata-rata skor 3,80% yang merujuk ke skala likert masuk

ke dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden / penumpang maskapai Batik Air setuju akan pernyataan-pernyataan yang terdapat di dalam kuisioner variabel kualitas pelayanan (X).

b. Kepuasan pelanggan pada maskapai Batik Air termasuk dalam kategori “Setuju”. Sesuai dengan tabel 5.33, dengan jumlah frekuensi jawaban 900 dan rata-rata skor 3,41% yang merujuk ke skala likert masuk kedalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden / penumpang maskapai Batik Air setuju akan pernyataan-pernyataan yang terdapat di dalam kuisioner variabel Kepuasan pelanggan (Y).

c. Pada pengujian koefisien determinasi (R^2) didapat nilai $R = 0,903$ berarti hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 90,3% artinya hubungannya sangat erat. Nilai R

square = 0,815 yang berarti pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai Batik Air sebesar 81,5%. Dan sisanya sebanyak 18,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

- d. Nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan adalah 20,764 dan nilai t_{tabel} adalah 1,660 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($20.764 > 1,660$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai Batik Air.

Saran

Berdasarkan simpulan penelitian, maka penulis merekomendasikan saran-saran sebagai berikut:

- a. Maskapai Batik Air disarankan untuk terus menjaga kualitas pelayanan jasa pada Maskapai Batik Air dalam rangka mempertahankan eksistensi di industri penerbangan di mata para pelanggannya, karena pada dasarnya apabila elemen program kepuasan pelanggan dilakukan dengan baik maka pelanggan akan menuju kepada pembelian ulang.
- b. Maskapai Batik Air harus terus mengontrol variabel efeksi positif, efeksi negatif kualitas dan diskonfirmasi. Pada pemikiran negatif aspek yang perlu diperhatikan yaitu masih cenderungnya pelanggan merasa khawatir dan takut mengalami hal-hal buruk selama penerbangan harus segera dihilangkan oleh pihak Batik Air dengan cara mengedepankan segi *safety* yang tinggi bertaraf internasional sehingga pada akhirnya pelanggan merasa yakin terhadap keselamatan penerbangan sehingga dapat meredam pemikiran negative dari diri pelanggan.
- c. Pada aspek kualitas pelayanan maskapai

Batik Air dapat memaksimalkannya yaitu dengan segi hiburan dan makanan yang disajikan selama penerbangan. Jika ini dapat dilakukan oleh maskapai Batik Air maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

- d. Diharapkan pula kepada maskapai Batik Air agar selalu melakukan inovasi baru dan senantiasa mengevaluasi program-program layanan untuk meningkatkan nilai kepuasan pelanggan agar apa yang di terima dan dirasakan pelanggan jauh di atas pengharapan atau ekspektasi pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buyung (2013). *Analisis Kualitas Pelayanan Kepada Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Alfamart Makassar*, Universitas Hasanudin.
- Djafar, Friet F. (2013). *Analisis Pengaruh Kepuasan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Grand City Hotel Gorontalo* Universitas Negri Gorontalo.
- Kolter, dkk, 2007. *Management Pemasaran Edisi Kedua Belas*. Indeks : Jakarta.
- Lovelosk, Christoper H. dan Wright, Lauren K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indeks Hal. 102.
- Manullang Ida (2008). *Analisis Kepuasan Pelanggan PT Garuda Indonesia di Bandara Polonia Medan*, Universitas Sumatra Utara.
- Sugiyono, (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* Bandung : Alfabeth.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.

Umar, Husein (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 11. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Yazid, 2008. *Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Yogyakarta : Ekonosia Kamus Fakultas VII.

Zeithaml, Valarie A. and Britner, Mary Jo. *Service Marketing* McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York, 2003